El metaverso y el futuro del *marketing*: ¿Es un lugar o un tiempo?

Si vemos el lado del negocio, en dicha realidad alternativa habrá tiendas virtuales, esto dará oportunidad a las empresas a que comercialicen sus marcas y las obligará a desarrollar toda una estrategia de marketing *digital para un metaverso. Pero ¿cómo una empresa o marca podrá desarrollar marketing digital para un metaverso?*





Guillermo Alonso López Colocho
Coordinador del área de Mercadeo
Universidad Tecnológica de
El Salvador

Según el blog Xataka (3 de noviembre 2021), especializado en tecnología, videojuegos y entretenimiento, el termino *metaverso* fue acuñado por Neal Stephenson en su novela de 1992 *Snow Crash,* en la que el autor plantea un entorno familiar para sus usuarios; una calle de 216 kilómetros con forma de planeta esférico. Una corporación posee su espacio completamente vacío, y está en venta para que sus clientes compren dichos espacios en él. El acceso al metaverso está completamente controlado por una compañía de televisión por cable, que tiene el monopolio de la información y las comunicaciones.

Neal, en una entrevista, aclaró que no tiene nada que ver con Facebook y su metaverso que desea desarrollar. Al parecer esta compañía tomó el concepto de dicha novela.

Pero ¿qué es un metaverso? En la película *Ready Player One: Comienza el juego,* de 2018, dirigida por Steven Spielberg, se plantea un mundo de realidad virtual, llamado *Oasis,* en donde conscientemente hay jugadores virtuales, con sus propios avatares,

VISIT…

LANZAROTE
Caliente.com

que van tras la búsqueda de pistas para hallar un huevo de Pascua, y quien lo encuentre se hará con el control de Oasis y va a heredar una gran fortuna.

Y en la trilogía *The Matrix,* cuyo primer filme se estrenó en 1999, nos plantea un mundo donde los humanos inconscientemente están conectados a una realidad virtual llamada Matrix, en donde las máquinas han esclavizado a los humanos.

En síntesis, las realidades virtuales han cobrado relevancia en los últimos años, principalmente con el anuncio de Facebook de crear un metaverso para conectar a las personas a una realidad virtual, así como lo han querido hacer Google y Microsoft con sus *gadgets* de realidad virtual y varias consolas de videojuegos.

Para Shaan Puri (29 octubre 2021), director de Twitch, en un tuiter, manifestó que el metaverso no es un lugar, sino un tiempo, en el cual los humanos pasarán conectados a una realidad virtual. En este sentido, el metaverso se puede definir como el tiempo en el cual una persona le dará más importancia a una realidad virtual que a una física. Pero esto ya comenzó desde hace varios años cuando las personas comenzaron a dedicar tiempo a conectarse mediante Facebook, jugar Fornite, chatear con amigos, conectarse en Zoom o plataformas similares; y con el tema de la pandemia del 2020 se incrementó. Ante esto, se plantea el interrogante: ¿Cuál será el futuro del *marketing* en un metaverso?

En el metaverso de Meta —compañía anteriormente conocida como Facebook—, se plantea una realidad virtual en la que los humanos van interactuar con un avatar en una realidad alternativa donde las personas van ir de compras, van a jugar e incluso tener una oficina virtual sin moverse de un lugar físico. Por ende, si vemos el lado del negocio, en dicha realidad alternativa habrá tiendas virtuales. Supongamos que una persona va a necesitar comprar ropa, desee un corte de cabello o adquirir cualquier bien en una tienda virtual, habrá personas físicas con sus emprendimientos o tiendas virtuales para ofertar dichos productos y otros a los avatares de los consumidores. Esto dará oportunidad a empresas grandes, como Toyota, Walmart, Nike o Coca-Cola Company, para que comercialicen sus marcas, y las obligará a desarrollar toda una estrategia de *marketing* digital para un metaverso. Y para que las compañías pequeñas o grandes participen de este mercado virtual, Meta tendrá la oportunidad de cobrar una comisión por su respectiva incursión y asimismo por las transacciones que ocurran. Se podrá comprar con criptomonedas o criptoactivos, similar a lo que actualmente ocurre en el mundo físico.

De lo anterior se presenta otro interrogante: ¿Cómo una empresa o marca podrá desarrollar *marketing* digital para un metaverso? Pues similar a como lo hacen las marcas en el mundo físico. Por ejemplo, la marca de cerveza Heineken patrocina el evento de *soccer:* la Liga de Campeones (*Champion League*). Entonces, si en el metaverso surge un evento similar, dicha marca tendrá la oportunidad de patrocinar virtualmente. Así todas las marcas que pautan en Facebook actualmente podrán migrar al metaverso. Entonces, por inercia de negocios, se tendrá que desarrollar una estrategia de posicionamiento virtual en la que los *targets* serán los avatares de las personas reales. Si millones de personas estarán más tiempo conectadas a dicha realidad virtual, el nivel de exposición de las marcas será muy efectivo, así como el impacto publicitario, la promoción de venta y las activaciones de marcas virtuales.

"En el metaverso, según Meta, los usuarios podrían hacer 'casi cualquier cosa que puedas imaginar', ya sea reunirte con amigos, jugar, trabajar, hacer ejercicio, crear y comprar". "Si estás en el metaverso todos los días, necesitarás ropa y herramientas digitales, y diferentes experiencias", explicó Zuckerberg".

("Zuckerberg revela más detalles sobre su metaverso" https://cnnespanol.cnn.com)

De llegar a funcionar el metaverso, la disciplina del *marketing* tiene una gran oportunidad para que las marcas en un futuro puedan aplicar todo aquello que esté relacionado con el *marketing* digital.

Referencias

Tones, J. (3 de noviembre de 2021). "El creador original del término ¨Metaverso¨ no quiere saber nada de Facebook: así reinventó Neal Stephenson los entornos virtuales". [Blog Xataka]. Recuperado de https://www.xataka.com/literatura-comics-y-juegos/creador-original-termino-metaverso-no-quiere-saber-nada-facebook-asi-reinvento-neal-stephenson-entornos-virtuales

Shaan, P. [@Shaanvp] (29 de octubre 2021). Part II – It's not a Place, It's a Time by [Tweet]. Twitter. https://twitter.com/ShaanVP/status/1454151240015749121?s=20